

PROTOCOLO

# COMPRAS Y CONTRATACIONES DE IMPACTO

# ÍNDICE

## 1. QUIÉNES SOMOS

P. 1

## 2. INTRODUCCIÓN

P. 2

- Las compras y contrataciones de impacto: un camino hacia el Triple Impacto

## 3. ACERCA DE ESTE PROTOCOLO

P. 2 - 3

- ¿Qué es y qué no es este protocolo?
- ¿Qué nos propusimos al iniciar este proceso de trabajo?
- ¿Cómo fue el proceso de trabajo?

## 4. COMPRAS Y CONTRATACIONES DE IMPACTO

P. 4

- Alcances y conceptos claves

## 5. DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES ACTUALES

P. 4 - 6

## 6. EJES CLAVES para el impulso de las compras y contrataciones en el sector privado

P. 7 - 12

- Gestión de compras
- Desarrollo de proveedores
- Alineamiento al negocio
- Incentivos y alianzas estratégicas
- Sensibilización
- Relación con el consumidor y comunicación externa
- Medición de impacto

## 7. CONCLUSIONES

P. 12 - 14



**HACÉ TU AUTODIAGNÓSTICO**



## 1 | QUIENES SOMOS

El presente protocolo de compras y contrataciones de impacto es una iniciativa del Consejo Empresario de Sistema B Argentina ([sistemab.org/argentina/consejo-empresario](http://sistemab.org/argentina/consejo-empresario)) que se llevó a cabo de forma colaborativa entre Sistema B Argentina y Del Mate junto a las propias empresas miembro del Consejo Empresario y las Empresas B Certificadas referentes en la temática y con un modelo de negocio de impacto que haga foco en la cadena de valor.



### Coordinación general



Sistema B promueve a las Empresas B y otros actores económicos en América Latina, para construir una Nueva Economía en la que el éxito y los beneficios financieros incorporen el bienestar social y ambiental.

*web: [sistemab.org](http://sistemab.org)*



Es una empresa social que acompaña a empresas y gobiernos a multiplicar su impacto social y ambiental positivo a través del desarrollo de experiencias de compras de impacto y consumo responsable.

*web: [delmateimpacto.com](http://delmateimpacto.com)*

### Empresas que participaron

ARYTZA

BECCAR  
VARELA

CookMaster

DANONE  
ONE PLANET. ONE HEALTH

dbago

ewar®  
MADERA TECNOLÓGICA  
PARA EXTERIORES

LA ANONIMA

limpiolux  
facility services

luleå

natura

RB®

PAPA®

PEGASUS

PORTA

RDA  
CHANGING MOBILITY

TONKA  
gas controls

## 2 | INTRODUCCIÓN

### **LAS COMPRAS Y CONTRATACIONES DE IMPACTO (CCDI):**

*Un camino hacia el Triple Impacto*

Una economía donde la persona esté en el centro y las formas de producir, intercambiar e invertir se hagan de forma justa y al servicio de mejorar la calidad de vida de las personas y el ambiente es cada vez más urgente.

Todas nuestras decisiones de consumo como individuos generan un impacto. Todas nuestras decisiones de compra y contratación como organizaciones, públicas o privadas, también lo tienen. Este impacto puede ser consciente, dimensionado y estar al servicio del desarrollo de las personas y el ecosistema, o puede ser invisible, desmedido y desintermediado, es decir, que no podamos siquiera medir las consecuencias del mismo.

Las empresas cumplimos un rol estratégico en la generación de valor social, económico y ambiental. El impacto que se genera a través de las compras y contrataciones que realizamos y de toda nuestra cadena de valor es inmenso.

Transformar nuestras formas de consumir y de comprar como empresas es, sin duda, uno de los caminos necesarios en la búsqueda de la generación del Triple Impacto.

El desarrollo de políticas específicas de compras y contrataciones que pongan en el centro a las personas y valoren el desarrollo sostenible de las comunidades y del ambiente, la mirada del desarrollo y la integración de nuevos proveedores a nuestras cadenas de valor, y el apoyo de la alta dirección para los procesos de cambio que esto conlleva son algunos de los puntos claves para iniciar esta transformación.

## 3 | ACERCA DE ESTE PROTOCOLO

### **¿Qué es este protocolo?**

Este protocolo provee los lineamientos generales y puntos claves para iniciar el camino hacia el desarrollo de las compras y contrataciones de impacto (CCDI). Es aplicable a cualquier organización independientemente de su tamaño y localización y está pensada para guiar a cualquier parte interesada que esté involucrada o afectada por las decisiones y procesos de compras. Si bien este protocolo no pretende indicar el paso a paso de cómo abordar este tipo de contrataciones, sí aporta una mirada integral, en donde se proponen mejores prácticas en todas las áreas de la organización y en todos sus niveles jerárquicos.

## ¿Qué nos propusimos al iniciar este proceso de trabajo?

Al iniciar este proceso de trabajo nos propusimos co-crear un protocolo de compras y contrataciones de impacto (CCDI) entendiendo el valor transformacional que genera la forma de comprar y consumir además del poder de generar valor social y ambiental a través de la cadena de valor. Nos comprometimos a alcanzar los siguientes 2 objetivos:

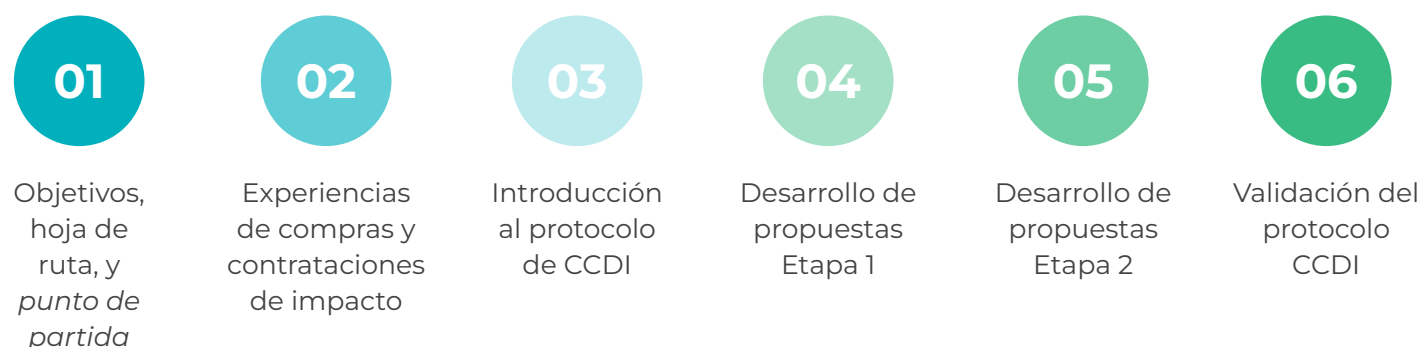
- Co-crear un **Protocolo de Compras y Contrataciones** con lineamientos claros para el abordaje de las compras y contrataciones con impacto en las organizaciones.
- **Difundir y disponibilizar** el protocolo a comunidades de interés con el objetivo de impulsar la agenda de compras de impacto en todo el país

## ¿Cómo fue el proceso de trabajo?

La construcción del protocolo se dio en el marco de una iniciativa colaborativa y abierta que tuvo por objetivo brindar herramientas y lineamientos generales en el abordaje de las compras y contrataciones de impacto. Se convocó a empresas pertenecientes al Consejo Empresario de Sistema B Argentina y aquellas Empresas B Certificadas que tuvieran interés en impulsar y desarrollar la temática para co-crear un punto de partida que permitiera una adecuada implementación de este tipo de compras y contrataciones.

Se utilizó la metodología de co-creación que parte del supuesto que las personas tienen la sabiduría para poder crear de manera más innovadora y efectiva mediante el trabajo colectivo y colaborativo. Bajo esta premisa se realizaron 6 encuentros, en los que participaron 16 empresas y más de 20 referentes de las mismas en los que se generaron 59 propuestas concretas que se expondrán en los siguientes capítulos y pretenden hacer a nuestros procesos de compra más transparentes, justos y humanos.

### El camino recorrido:



**INMERSIÓN**

**DESARROLLO**

**DIFUSIÓN**

## 4 | COMPRAS y CONTRATACIONES DE IMPACTO

### Alcances y conceptos clave

Existen diversas definiciones y formas de nombrar a las compras y contrataciones de impacto (CCDI) como por ejemplo compras sostenibles, compras inclusivas, compras responsables, compras sustentables, etc.

A continuación compartimos algunas de las definiciones que tomamos como referencia, para generar un punto de partida común y desarrollar algunos conceptos claves respecto a las CCDI:

*“La compra sostenible es aquella compra que tiene el mayor impacto positivo ambiental, social y económico posible durante todo el ciclo de vida” (ISO 20400, 3.38)*

*“Las compras sostenibles son la adopción e integración de los principios de Responsabilidad Social Corporativa en los procesos y decisiones de compra, al tiempo que garantizan que cumplen con los requisitos de la empresa y sus partes interesadas”.* (Ecovadis)

*“Compras sostenibles significa asegurarnos de que los productos y servicios que compramos sean lo más sostenibles posible, con el menor impacto ambiental y los resultados sociales más positivos”. (PNUD - Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo)*

### Conceptos clave

- **Balance económico, social y ambiental:** Considera, no sólo las implicaciones económicas al momento de la adquisición, sino que también considera variables éticas, sociales, laborales y ambientales.
- **Valor por dinero:** Evalúa, no sólo las características del producto y su costo al momento de la adquisición, sino que también evalúa el precio en base al ciclo de vida de los bienes y servicios, el proceso de producción, su distribución, las características de uso y mantenimiento del producto y la posibilidad de reutilización o reciclaje, entre otras.
- **Trazabilidad de la cadena:** Busca conocer y evaluar a los proveedores para entender y tomar conocimiento de sus procesos de producción.

## 5 | DESAFÍOS y OPORTUNIDADES ACTUALES

Iniciamos el proceso de trabajo para el desarrollo de este protocolo identificando los desafíos y las oportunidades actuales en el camino de implementación de experiencias y políticas de compras y contrataciones de impacto (CCDI).

## → DESAFÍOS



Las características del mercado y de los proveedores, las políticas de compras y contrataciones de las empresas y el perfil de sus consumidores son algunos de los principales desafíos identificados para impulsar este tipo de adquisiciones de impacto en el sector privado. A continuación se detallan estos desafíos:

1.

**Políticas de Compras y Contrataciones:** *Al momento de desarrollar normas, procedimientos y políticas que establezcan lineamientos para la implementación de las compras de impacto las empresas se enfrentan a algunos de los siguientes desafíos:*

- Poca claridad respecto a qué es una compra y contratación de impacto.
- Falta de criterios claros para definir qué es proveedor de impacto y promover así su participación en las compras y contrataciones de las empresas.
- Criterios de evaluación de ofertas y adjudicación de compras y contrataciones basados en el menor precio, sin considerar las variables de impacto ambiental y social detrás del producto o servicio contratado.

2.

**Características de la oferta y los proveedores:** Se identifican como principales limitaciones algunas cuestiones asociadas a:

- La falta de acceso o el desconocimiento de proveedores de impacto que ofrezcan el tipo de productos y servicios que las empresas requieren.
- La dificultad para encontrar proveedores con certificaciones asociadas a la calidad, la trazabilidad de su cadena y a su impacto social y/o ambiental.
- Cierta desconfianza respecto a la capacidad de respuesta de los proveedores frente a las necesidades de escala en la producción, la calidad del producto o servicio y/o tiempos de entrega.
- La falta de competitividad en los precios de los productos y servicios que ofrecen los proveedores de impacto.
- Los altos costos y la inversión requerida para la incorporación y homologación de este tipo de proveedores a las cadenas de valor de las empresas.

3.

**Características del mercado y de los consumidores:** El bajo impacto de las decisiones de consumo sobre el negocio aparece como uno de los principales limitantes a la hora de profundizar el desarrollo de productos y servicios más sostenibles para ofrecer al mercado. Se identifican como desafíos:

- Una baja valoración, por parte de consumidores y/o clientes de las empresas, de las políticas de sustentabilidad y del impacto socio-ambiental de las cadenas de valor de las empresas.
- La dificultad de competir en el mercado sosteniendo el propósito de impacto socio-ambiental de la empresa.

**4. Alineamiento del Negocio:** La integración de la visión de impacto social y ambiental positivo a las prioridades del negocio es fundamental a la hora de impulsar las transformaciones necesarias para desarrollar las compras y contrataciones de impacto en las empresas. Algunas de las limitantes identificadas en esta línea están asociadas a:

- La dificultad de crear un caso de negocios que permita demostrar internamente el valor económico, social y ambiental que se puede generar a través de las compras y contrataciones.
- La dificultad para acceder a casos de éxito que den cuenta de los pasos a seguir y los cambios necesarios a implementar.
- La visibilidad del impacto de este tipo de proyectos que en general se materializa en el largo plazo.

## → OPORTUNIDADES



La importancia de cumplir con objetivos y estándares internacionales de sustentabilidad y desarrollo sostenible, una mayor conciencia en las empresas respecto al potencial de impacto de las compras y contrataciones y la posibilidad de mejorar la gestión de los riesgos desde sus cadenas de valor son algunas de las oportunidades identificadas para el impulso de las compras y contrataciones de impacto. A continuación se detallan estas oportunidades:

**1. Agenda de impacto a través de las compras y contrataciones:** La relevancia creciente que está tomando la agenda de la sostenibilidad y la visión del Triple Impacto en las empresas se presenta como una gran oportunidad para la promoción y el desarrollo de políticas de compras y contrataciones de impacto. En esta línea:

- Las compras y contrataciones de impacto se presentan como un eje estratégico a abordar en el marco de la agenda de Triple Impacto en las empresas.
- Existen algunas experiencias de empresas que dan oportunidades de crecimiento a pequeñas empresas o Empresas B y acompañan su desarrollo como proveedores.

**2. El cumplimiento de Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS):** Los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Organización de las Naciones Unidas ([sdgs.un.org/es](https://sdgs.un.org/es)) representan hoy, para cientos de organizaciones y empresas, objetivos específicos del negocio. El impulso de proyectos de compras y contrataciones de impacto (CCDI) y el desarrollo de cadenas de valor más justas, inclusivas y ambientalmente responsables impactan en algunos de los ODS, así como también otros estándares internacionales de sustentabilidad.

**3. El modelo de negocio orientado al Triple Impacto:** La modificación de algunas de las prácticas de compra y contratación a lo largo de cadena de valor de las empresas con el objetivo de generar, por ejemplo, un mayor beneficio al desarrollo local o incorporar materiales reciclados al proceso productivo, puede repercutir en la reducción de algunos de los costos de los productos y/o servicios.

Teniendo en cuenta las limitaciones y las oportunidades identificadas al momento de realizar CCDI, desarrollamos el siguiente capítulo en el que se describe las buenas prácticas a implementar para alcanzar acuerdos de compra exitosos y sostenibles en el largo plazo.

Las propuestas descritas a continuación fueron co-creadas en los talleres de trabajo y ordenadas en los siguientes 7 ejes temáticos: gestión de compras, desarrollo de proveedores, alineamiento al negocio, incentivos y alianzas estratégicas, sensibilización, relación con el consumidor, comunicación externa y medición de impacto.

## → GESTIÓN DE COMPRAS



En esta sección se destacan buenas prácticas referidas al proceso integral de compras y contrataciones de impacto, considerando los instrumentos y procedimientos necesarios para llevarlas a cabo. Las propuestas fueron agrupadas en 4 ejes temáticos (política de compras, planificación, pagos y precios) y se describen a continuación:

### 1.

#### Política y procedimientos de compra

- Desarrollar una política específica de compras y contrataciones de impacto que se pueda incorporar a los procesos generales de compras y contrataciones de la empresa.
- Desarrollar una política específica de compras y contrataciones de impacto que se pueda incorporar a los procesos generales de compras y contrataciones de la empresa.
- Desarrollar criterios de adjudicación que puedan darle mayor puntaje (y así prioridad) a los proveedores que demuestran generar impactos sociales y ambientales positivos en sus cadenas de valor.
- Establecer un responsable para el proceso de CCDI.
- Eficientizar los gastos de la empresa con el objetivo de favorecer las compras y contrataciones de impacto. Un ejemplo: redistribuir presupuestos internos, incluso de áreas de sustentabilidad o RSE para impulsar una compra de impacto incorporando un producto con un precio un poco superior al del mercado.

### 2.

#### Planificación de compras

- Identificar compras recurrentes así como los rubros y productos específicos de compra con los cuáles sea posible iniciar las primeras experiencias de implementación de las compras y contratación de impacto.
- Incorporar objetivos de valor social y ambiental en la planificación de compras y contrataciones.

- Establecer metas de compras y contrataciones de impacto por tipo de compras, como pueden ser las compras operativas, las de urgencia, las compras por abono u otras.
- Plantear cupos de CCDI por área.
- Fijar objetivos de identificación y desarrollo de proveedores de impacto por área.

### 3. Pagos

Definir criterios excepcionales de pago para las CCDI como por ejemplo:

- Adelantos.
- E-Checking.
- Plazos diferenciales de pago.

### 4. Precios

- Considerar en el análisis de precios, el valor socio-ambiental que genera una compra.
- Generar instrumentos de análisis que permitan visibilizar la contribución que hacen las compras y contrataciones a los objetivos de impacto de la empresa.

## → DESARROLLO DE PROVEEDORES



En esta sección se destacan propuestas referidas al desarrollo y la inclusión de proveedores de impacto en la cadena de valor, así como también a la importancia de una diferenciación clara de los mismos en los procesos de compra. Las propuestas fueron agrupadas en 4 ejes temáticos (registro y evaluación de proveedores, producción y calidad, financiamiento y desarrollo de la oferta) y se describen a continuación:

### 1. Registro y evaluación de proveedores

- Considerar variables y principios socio-ambientales en la búsqueda y selección de proveedores.
- Contar con una herramienta clara y objetiva que permita caracterizar y diferenciar a los proveedores de impacto dentro de la empresa.
- Contar con un listado o catálogo de proveedores de impacto actualizado para poder consultar al momento de una necesidad de compra o contratación (que sea propio de cada empresa o abierto y compartido para cualquier empresa).
- Crear un sistema de evaluación y/o auditoría de los proveedores de impacto que permita evaluar el cumplimiento de normas y ponderar a los proveedores mejor calificados.
- Realizar un acompañamiento y seguimiento de los proveedores poniendo en valor sus causas e impacto en el proceso de homologación.

## 2. Producción y calidad

- Realizar visitas a los proveedores de impacto, conocer su lugar de trabajo y los aportes de valor tanto sociales como ambientales con el objetivo de generar un vínculo de confianza.
- Considerar, en la planificación de producción, entregas parciales que le permita a los proveedores de impacto llegar con el trabajo al 100% en tiempo y forma.

## 3. Financiamiento

- Diferenciar las condiciones de pago a proveedores según su condición de vinculación con la empresa - proveedores actuales de nuevos proveedores de impacto.
- Considerar mecanismos de pago diferenciados para compras con impacto (tales como adelantos de pagos, adelanto de insumos y pagos a 30 días).

## 4. Desarrollo de la oferta

- Generar vínculos de confianza con el proveedor a fin de que posibiliten una relación sostenible a largo plazo.
- Acompañar, desde áreas de sustentabilidad o RSE, en la articulación y el diálogo entre los proveedores y los departamentos de compras.
- Desarrollar una memoria de las experiencias de compra con diferentes proveedores de impacto, que se pueda también compartir con otras empresas.

### → ALINEAMIENTO AL NEGOCIO



En esta sección se destacan propuestas referidas al modelo de gobierno y el rol clave que ocupa el liderazgo al momento de impulsar las compras y contrataciones de impacto dentro de las empresas. Las propuestas fueron agrupadas en 2 líneas de acción que son la visión y liderazgo y el modelo de gobierno, y se detallan a continuación.

## 1. Visión y liderazgo

- Brindar mensajes claros de apoyo e impulso de las CCDI desde los equipos de liderazgo.
- Capacitar y sensibilizar a los gerentes de la compañía para que apoyen y acompañen los procesos de compras de impacto.
- Establecer incentivos internos que promuevan el desarrollo de las CCDI.

## 2. Modelo de gobierno

- Crear una estructura organizacional que habilite la gestión y el desarrollo de los proyectos de compras de impacto.
- Implementar un manual o protocolo de compras y contrataciones de impacto que permita tener procesos y herramientas claras.
- Sistematizar la información para poder controlar los procesos.
- Empoderar a los equipo de compras y acompañarlos durante el proceso de implementación.

## → INCENTIVOS Y ALIANZAS ESTRATÉGICAS



En esta sección se destacan las propuestas vinculadas a incentivos tanto internos como externos y a la generación de alianzas estratégicas en temas clave para alcanzar los objetivos de impacto en las compras y contrataciones.

### 1. Incentivos

- Definir objetivos anuales por sector, estableciendo metas concretas de cantidad de proveedores a alcanzar y cantidad de compras a generar, asociando su cumplimiento a beneficios para los empleados con bonos anuales, días de vacaciones, etc.
- Generar compromisos de compra sostenida para un mismo proveedor (por cantidad de veces en el año o a través de órdenes de compra abierta) para facilitar la organización interna y productiva de los mismos y poder asegurarles cierta sostenibilidad.
- Incentivar la incorporación de proveedores sociales a la cadena de valor brindando facilidades de pagos como puede ser el pronto pago o con adelantos de pago.
- Generar un sistema de incentivos para proveedores que permita dar prioridad en las compras y contrataciones a aquellos que demuestren generar Triple Impacto en sus cadenas de valor.

### 2. Alianzas estratégicas

- Generar alianzas con los proveedores contratados para la coordinación de la disposición final de los residuos que generen los productos o servicios adquiridos.
- Establecer alianzas con entidades financieras para facilitar el acceso a financiamiento a los proveedores de impacto
- Desarrollar alianzas estratégicas con el sector público o tercer sector para la articulación de iniciativas asociadas a las CCDI.
- Compartir buenas prácticas de CCDI con otras compañías.

## → SENSIBILIZACIÓN



En esta sección se detallan propuestas asociadas a la comunicación y la capacitación que son dos temas fundamentales a abordar para la implementación de prácticas y políticas de CCDI y el desarrollo de culturas organizacionales más conscientes.

### 1. Comunicación interna

- Coherencia entre los mensajes de sustentabilidad provenientes de los líderes y la toma de decisión de las áreas de compra de la compañía.
- Sensibilizar a todos los niveles de la compañía acerca del consumo y de las compras responsables (fomentar comportamientos culturales positivos con respecto a lo social y a lo ambiental).

- Incorporar conceptos de sostenibilidad y compras con impacto en los procesos de inducción de la empresa.
- Definir una estrategia de comunicación integral que promueva las compras y contrataciones de impacto.
- Alinear la estrategia de comunicación interna con la comunicación externa y la relación con el consumidor.

## 2. Capacitación

- Generar espacios de capacitación continua que sean transversales a todas las áreas de la compañía, junto a aliados clave y referentes en la temática.
- Crear un programa de capacitación que tenga por objetivo informar acerca de las compras sustentables, los tipos de impacto y los argumentos por los cuales la empresa elige esta forma de abastecimiento.

## ➔ RELACIÓN CON EL CONSUMIDOR Y COMUNICACIÓN EXTERNA



En esta sección se detallan propuestas asociadas al vínculo con los consumidores y las estrategias de comunicación externa.

### 1. Relación con el consumidor

- Desarrollar programas de educación al consumidor y al cliente que permita expandir su valorización de temas de Triple Impacto.
- Generar mayor lealtad de consumidores y público general.
- Dar cuenta del cumplimiento de criterios y prácticas de producción responsable en los productos y servicios que se ofrecen.

### 2. Comunicación externa

- Generar una estrategia de comunicación 360° que incluya, no solo a consumidores y clientes, sino también a todos los actores claves y aliados estratégicos de la empresa.
- Comunicar a los clientes y consumidores, no solo la trazabilidad del producto o servicio ofrecido, sino también las características del emprendimiento, empresa o institución detrás: como el tamaño y la escala de producción, el impacto económico, social y ambiental que genera.

➔ MEDICIÓN DE IMPACTO



La medición de impacto es fundamental para visibilizar y escalar las experiencias de CCDI en el sector privado. Detallamos a continuación algunas de las variables identificadas para medir el impacto socio ambiental de las compras y contrataciones. Estas variables están asociadas a las características de los proveedores, el tipo de productos o servicios adquiridos y el impacto económico-local y socio-ambiental generado por las compras y contrataciones.

1. Variables

- Huella Social: El impacto que se deja en una comunidad después de las operaciones. Es el impacto asociado a la generación de oportunidades de empleo a población en situación de exclusión social por cuestiones de género, diversidad, discapacidad, educación u otros.
- Huella Ambiental de los proveedores: La huella de carbono.
- Camino recorrido por los productos o servicios para llegar al comprador.
- Cantidad de productos reciclados utilizados para la producción.
- Tratamiento de los desperdicios.
- Certificaciones / Tipo de Producción Orgánica.
- Volumen de compras con impacto sobre el volumen de compras totales, en unidades y en montos invertidos.
- Cantidad de proveedores sustentables-sostenibles sobre la cantidad de proveedores totales.
- Recurrencia de proveedores y clientes.
- Medidas implementadas para la inclusión financiera de los proveedores.
- Mirada interna de impacto social-ambiental. Ejemplo: analizar quienes son nuestros empleados, en qué condiciones de vivienda, salud, acceso a la educación se encuentran, etc.

7 | CONCLUSIONES

Las decisiones de compras y contrataciones tienen el potencial de transformar las comunidades y el ecosistema en el cual operan las empresas, generando oportunidades de desarrollo sostenible, desde sus propios modelos de negocio.

Este protocolo traza el inicio de un camino, un punto desde el cual partir para aquellas organizaciones que quieren trabajar en la mejora y gestión de su impacto a través de su cadena de valor.

Este protocolo provee una guía sobre los desafíos y oportunidades en el desarrollo de CCDI, e identifica 7 ejes claves para el impulso de las compras y contrataciones en el sector privado, y presenta propuestas concretas asociadas a cada uno de esos ejes: gestión de compras; desarrollo de proveedores; alineamiento al negocio; incentivos y alianzas estratégicas; sensibilización; relación con el consumidor y comunicación externa; medición de impacto. El desafío ahora es su implementación.

A continuación compartimos algunos testimonios de algunos de los participantes que intervinieron en el desarrollo de este protocolo:

## ¿Porqué apostar por las Compras y Contrataciones de Impacto en el camino hacia el Triple Impacto?



Porque la demanda dirigida hacia la sustentabilidad y la regeneración es una potente herramienta para el cambio. El cambio desde el "deber ser" seguramente existe, pero es mucho más lento que el de adecuarse a la "nueva" demanda.

**Pedro Friedrich**

**Tonka S.A.**



Es el camino a seguir, es la oportunidad de formar parte del nuevo paradigma de sustentabilidad.

**Alejandro Adi**

**Limpiolux SA**



El camino hacia el Triple Impacto requiere un compromiso por parte de la empresa de velar por el impacto en toda nuestra cadena de valor, incluyendo nuestros proveedores. Al apostar por CCDI estamos además apostando por nuestra comunidad, su gente y el ambiente.

**Ana Guerello**

**Aguas Danone Argentina**



Agradezco a todo el equipo de trabajo esta experiencia de co creación donde pudimos compartir diferentes miradas y expertises para impulsar las CCDI. Participar e involucrarnos en este protocolo desde nuestra mirada de proveedor y comprador, con el objetivo de transformar la decisión de compra nos ayudó cómo compañía a dimensionar las compras con sentido.

**Julieta García Querol**

**Limpiolux SA**

## ¿Porqué apostar por las Compras y Contrataciones de Impacto en el camino hacia el Triple Impacto?



“

Porque es la herramienta que tenemos para generar el impacto que queremos, a través de las compras tenemos una respuesta para generar inclusión social e impacto ambiental en nuestras manos.

**Paola Nimo**

**Natura Cosméticos**



“

Apostar a las compras de impacto promueve un ciclo virtuoso de buenos negocios, que incluye a las inversiones, al comercio y a políticas públicas necesarias para desarrollar una economía emergente de Triple Impacto. Cuando se toman decisiones de compra teniendo en cuenta criterios sociales y ambientales, creamos impacto positivo y valor económico.

**Cecilia Peluso**

**Limpiolux SA**



“

Apostar por las CCDI es una forma de volver positivo el impacto que generamos las empresas en las personas, la sociedad y el ambiente.

**Carolina Fay**

**Luleå Mindful SA**



“

Poder de compra de las empresas como mecanismo de apoyo y financiamiento genuino a las organizaciones de Triple Impacto. Multiplicar el Triple Impacto.

**Federico Braun**

**La Anonima**

PROTOCOLO

# COMPRAS Y CONTRATACIONES DE IMPACTO